

Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

04 февраля 2022 года

(изготовление решения в полном объеме)

21 января 2022 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/969

г. Сыктывкар

<...>

(по адресу)

АО «Альфа-Банк»

Каланчевская ул., д. 27,

г. Москва, 107078

<...>

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<...>;

рассмотрев дело № 011/05/18-836/2021, возбужденное в отношении акционерного общества «Альфа-Банк» (далее – АО «Альфа-Банк») по факту распространения 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты посредством звонка на абонентский номер <...> с абонентского номера <...> рекламы банка «Альфа-Банк» (далее - рассматриваемая реклама), с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

- заявителя,

в отсутствие:

- АО «Альфа-Банк», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...> от 22.09.2021 (вх. № К-94 от 23.09.2021) о распространении на его абонентский номер рекламного звонка с нарушением требований рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-836/2021 в отношении АО «Альфа-Банк» (ОГРН 1027700067328, ИНН 7728168971) по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/7870 от 22.10.2021.

Из материалов дела № 011/05/18-836/2021 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Из заявления следует, что на абонентский номер заявителя <...> с абонентского номера <...> 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты поступил рекламный звонок следующего содержания:

«- Алё.

- <...>, добрый день.

- Здравствуйте.

- Меня зовут <...>, я звоню ... программы Альфа-Банка. Звоню Вам с предложением выгодного сотрудничества возможности доступного дохода. Если для Вас интересно дополнительный заработок ... уже подробнее, как это работает, какая мотивация у Вас может быть.

- Нет, мне это неинтересно. Более того, я же запретил Вашему банку использовать мои данные, номер телефона, в частности ...

- Почему неинтересно ...

- Нет-нет, ответьте на вопрос, ответьте мне на вопрос, пожалуйста, ответьте мне, пожалуйста, на вопрос, во-первых, как Вас зовут, представьтесь.

- <...>.

- <...>, вот смотрите, есть такой закон, да, «О персональных данных», я Вашему банку уже не единожды запрещал пользоваться моими персональными данными, Вы продолжаете это делать. Я уже один раз на Вас написал в ФАС, Вы хотите, чтобы я ещё раз написал? Я ведь напишу, данный разговор записывается, я данный диалог отправлю в ФАС, это уже будет второе заявление.

- ... это Ваше право.

- Я понимаю Ваше негодование, Ваше право, у меня, к сожалению, не отмечено нигде в карточке ...

- Ну, это уже как бы ваши, Банк должен разбираться.

- ... отметки о том, что нельзя набрать Вам.

- Ну, это уже как бы проблема Вашего банка.

- ... Я Вас не буду тогда больше беспокоить.

- Всё, не беспокойте меня. Всего доброго.

- Вам спасибо, всего доброго, до свидания.

- До свидания».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: банку «Альфа-Банк», формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер <...>, является рекламой.

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя-распространителя.

Заявитель указывает, что своего согласия на получение рассматриваемой рекламы он не давал. Из представленной заявителем аудиозаписи усматривается, что рассматриваемая реклама распространена в отсутствие предварительного согласия абонента на получение указанной рекламы.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, несет ответственность рекламодатель-распространитель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламодатель-производитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель-распространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель-производитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В письме ФАС России № АК/16266 от 28.04.2011 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» разъяснено, что обязанность по получению согласия и подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламодателе-распространителе. При этом рекламодателем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. В названном письме также обращено внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламодателем не является.

Как указывает в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, АО «Альфа-Банк», рассматриваемый телефонный звонок носил деловой характер, осуществлён с целью предложения сотрудничества, подразумевающего выполнение предполагаемым партнёром определённых работ за вознаграждение. По этой причине заявителю не были озвучены наименования каких-либо продуктов или услуг, предоставляемых банком. Никаких предложений, ссылок, упоминаний предоставляемых банком услуг в тексте нет.

По мнению АО «Альфа-Банк», поскольку банк является кредитной организацией, а также учитывая характер звонка, указанный звонок не мог способствовать продвижению банка на рынке, рекламой не является.

Кроме того, АО «Альфа-Банк» указывает, что звонивший обращался к заявителю по имени и отчеству, что не согласуется с определением основного признака

неопределённого круга лиц, сформулированного в разъяснении Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 N 11), - невозможностью индивидуализировать (определить) лиц, чьи права и интересы затронуты или могут быть затронуты рассматриваемыми действиями в определённый момент. В рассматриваемом случае предложение адресовано конкретному лицу. Таким образом, рассматриваемый телефонный звонок не является рекламой.

Как указывает АО «Альфа-Банк» в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, определить рекламодателя, рекламодателем и рекламопроизводителя в понятиях, установленных Законом о рекламе, не представляется возможным, поскольку звонок не содержал указания на продукты/услуги Банка (отсутствовал объект рекламирования), рекламой не являлся. В целях совершения рассматриваемого звонка договоры Банком не заключались. Сотрудником Банка совершён единичный телефонный звонок, озвученная информация более не распространяется. Осуществление рассматриваемого звонка имело место вследствие ненадлежащего исполнения своих должностных обязанностей <...> (далее – <...>). <...> не является клиентом Банка.

Согласно устным и письменным пояснениям заявителя, заявитель никогда не являлся клиентом АО «Альфа-Банк».

На основании вышеизложенного, АО «Альфа-Банк» ходатайствовало о прекращении производства по делу № 011/05/18-836/2021 в отношении АО «Альфа-Банк».

Комиссией Коми УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «Альфа-Банк».

Комиссия Коми УФАС России, рассмотрев вышеуказанные доводы АО «Альфа-Банк», приходит к нижеследующим выводам.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно п. 2 ст. 3 Закона о рекламе объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством звонка;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: банку «Альфа-Банк», формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

АО «Альфа-Банк», ссылаясь на нерекламный характер рассматриваемого звонка, указывает на то, что рассматриваемый телефонный звонок носил деловой характер,

осуществлён с целью предложения сотрудничества, подразумевающего выполнение предполагаемым партнёром определённых работ за вознаграждение. По этой причине заявителю не были озвучены наименования каких-либо продуктов или услуг, предоставляемых банком. Никаких предложений, ссылок, упоминаний предоставляемых банком услуг в тексте нет. Звонивший обращался к заявителю по имени и отчеству, что не согласуется с определением основного признака неопределённого круга лиц, сформулированного в разъяснении Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 N 11), - невозможностью индивидуализировать (определить) лиц, чьи права и интересы затронуты или могут быть затронуты рассматриваемыми действиями в определённый момент. В рассматриваемом случае предложение адресовано конкретному лицу. Таким образом, рассматриваемый телефонный звонок не является рекламой.

Вместе с тем, из содержания телефонного разговора усматривается, что звонившим произнесены фразы: «...программы Альфа-Банка. Звоню Вам с предложением выгодного сотрудничества возможности доступного дохода. Если для Вас интересно дополнительный заработок ... уже подробнее, как это работает, какая мотивация у Вас может быть», что указывает на привлечение внимания к определённому объекту рекламирования – банку «Альфа-Банк».

Заявителем такими фразами как: «Нет, мне это неинтересно. Более того, я же запретил Вашему банку использовать мои данные, номер телефона, в частности», «есть такой закон, да, «О персональных данных», я Вашему банку уже не единожды запрещал пользоваться моими персональными данными, Вы продолжаете это делать. Я уже один раз на Вас написал в ФАС, Вы хотите, чтобы я ещё раз написал? Я ведь напишу, данный разговор записывается, я данный диалог отправлю в ФАС, это уже будет второе заявление», «Всё, не беспокойте меня» было выражено его явное нежелание прослушивать информацию о предложении АО «Альфа-Банк».

Закон о рекламе возлагает обязанность доказывания факта наличия согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи на рекламораспространителя.

В силу п. 1 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

При этом согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было не только однозначно идентифицировать такого абонента, но и подтвердить волеизъявление данного абонента на получение рекламы

от конкретного рекламодателя (пункт 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

В пункте 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что, поскольку Законом о рекламе не определен порядок и форма получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи, согласие может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Буквальное толкование указанных положений постановления Пленума ВАС РФ позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Между тем согласие абонента на получение рекламы должно четко содержать волеизъявление лица на получение рекламы. В случае отсутствия четкого волеизъявления абонента реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента.

В связи с тем, что заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение рассматриваемой рекламы на его абонентский номер, а АО «Альфа-Банк» не доказано обратное, то Комиссия Коми УФАС России приходит к выводу, что распространение указанной рекламы противоречит части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Содержание разговора свидетельствует о том, что заявитель не был предупрежден о цели звонка и в нарушение требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе представитель АО «Альфа-Банк» предварительно не выяснил, согласен ли абонент на получение рекламы.

Как указало АО «Альфа-Банк», сотрудником Банка совершён единичный телефонный звонок, озвученная информация более не распространяется.

Кроме того, АО «Альфа-Банк», обосновывая свои доводы, ссылается на то, что рассматриваемое предложение адресовано конкретному лицу.

Вместе с тем, письмом ФАС России № АК/17836/16 от 22.03.2016 «Об отнесении информации к рекламе» разъяснено, что под неопределённым кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением информации среди неопределённого круга лиц, в том числе в случаях распространения такой информации в определенной организации, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена. Также информация признаётся распространенной среди неопределённого круга лиц в случае рассылки такой информации по электронной почте или посредством СМС-сообщений, в том числе по определенному адресному списку, если такая информация не содержит какого-либо персонифицированного предложения, предназначенного исключительно для определенного клиента организации. При этом СМС-сообщение, текст которого содержит указание на профиль деятельности организации, оказывающей какие-либо услуги, а также номер

телефона, позволяющий получателю такого СМС-сообщения воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией, является рекламой, поскольку указанные сведения индивидуализируют данную организацию.

Рассматриваемый телефонный звонок содержит указание на определённое юридическое лицо – банк «Альфа-Банк», при этом отсутствие упоминания в разговоре конкретных услуг или продуктов банка «Альфа-Банк» не свидетельствует о том, что информация, распространённая посредством рассматриваемого звонка, не является рекламой.

Письмом ФАС России № АД/45557/18 от 20.06.2018 «Об оценке неопределённого круга лиц в рекламе» разъяснено, что под рекламой понимается определённая неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку. При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределённый круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в её целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределённому кругу лиц.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

По мнению специалистов ФАС России, квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации. Таким образом, если информация отвечает признакам рекламы и, имея некую целевую аудиторию (например, клиенты компании, зрители телеканала, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределённого круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Закона о рекламе.

Кроме того, письмом № АК/17836/16 от 22.03.2016 «Об отнесении информации к рекламе» ФАС России были даны разъяснения, касающиеся информации с упоминанием имени и отчества абонента, где было указано, что, в случае распространения информации, не содержащей персонифицированного предложения, предназначенного исключительно для определённого клиента организации, такая информация является рекламой, независимо от упоминания имени и отчества абонента.

С учетом изложенного, информация, содержащаяся в рассматриваемом звонке, осуществлённом 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты в адрес заявителя, является рекламой.

Ссылка АО «Альфа-Банк» на разъяснения Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 11) к рассматриваемым обстоятельствам неприменима, поскольку в указанном документе анализируются вопросы,

касающиеся неопределённого круга лиц в правоотношениях, применяющихся при рассмотрении дел по статье 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», а не Закона о рекламе.

Согласно Выписке из ЕГРЮЛ в отношении АО «Альфа-Банк», размещённой на официальном сайте ФНС России, основным видом деятельности Общества является денежное посредничество прочее.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама распространена АО «Альфа-Банк» для получения прибыли при осуществлении вышеуказанного вида деятельности.

На основании имеющихся в рекламном деле материалов Комиссия Коми УФАС России пришла к выводу, что АО «Альфа-Банк» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Доказательств того, что АО «Альфа-Банк» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, в материалы рекламного дела не представлено.

Документов, материалов, указывающих, что АО «Альфа-Банк» приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе при осуществлении 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты посредством звонка на абонентский номер <...> с абонентского номера <...> Коми УФАС России при рассмотрении дела не получено, Обществом не представлено.

Таким образом, доказательств того, что АО «Альфа-Банк» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламораспространитель - АО «Альфа-Банк», на которого в силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонился от обязанности по контролю за соответствием распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде звонка рекламы Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине АО «Альфа-Банк».

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны АО «Альфа-Банк» должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, АО «Альфа-Банк» нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах оснований для удовлетворения ходатайства АО «Альфа-Банк» о прекращении дела № 011/05/18-836/2021 не усматривается.

Согласно письменным пояснениям АО «Альфа-Банк», представленным в материалы рекламного дела, должностным лицом, ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является <...> далее – <...>).

Согласно разъяснениям ФАС России по применению ст. 18 Закона о рекламе «распространение» в контексте Закона о рекламе не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно данным, размещённым в открытых источниках в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», абонентский номер заявителя <...> входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми.

Заявитель проживает в <...>.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была распространена (доведена до потребителя) реклама, является Республика Коми.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи АО «Альфа-Банк» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу банка «Альфа-Банк», распространенную 21.09.2021 в 15 часов 53 минуты посредством звонка на абонентский номер <...> с абонентского номера <...>, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать акционерному обществу «Альфа-Банк» (ОГРН 1027700067328, ИНН 7728168971) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении акционерного общества «Альфа-Банк» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении должностного лица акционерного общества «Альфа-Банк» <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 04 февраля 2022 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>